

COMUNE DI MONTECORICE
(PROVINCIA DI SALERNO)



Affissione Albo Pretorio
N. _____ del Registro
Data 14 GIU. 2017

DELIBERAZIONE ORIGINALE DELLA GIUNTA COMUNALE

N. 65 del 07.06.2017

OGGETTO: Decreto Dirigenziale Regione Campania n. 3 del 18.05.2017 – DGR n. 182 del 04.04.2017 – POC Campania 2014-2020. Approvazione avviso di selezione per la definizione di un programma di eventi, iniziative e itinerari turistici "Giugno 2017 – Maggio 2018". Approvazione della proposta progettuale "Montecorice diWine Jazz festival – V Edizione".

L'anno duemiladiciassette, il giorno sette del mese di giugno, alle ore 18.40 con il prosieguo, nella Casa Comunale.

La Giunta Comunale, legalmente convocata, si è riunita, sotto la Presidenza del Sindaco, avv. Piccirilli, nelle persone dei signori:

Pierpaolo Piccirilli	Sindaco	<u>Pr</u> esente
Domenico Petillo	Assessore -Vice Sindaco	<u>Pr</u> esente
Rinaldo Maffia	Assessore	<u>As</u> sente

Partecipa il segretario comunale dr.ssa Annamaria Merola, con funzioni di verbalizzante.

Assume la presidenza il Sindaco, Avv. Piccirilli, il quale rammenta preliminarmente agli intervenuti che sono tenuti ad astenersi dalla discussione e dal voto sull'argomento in oggetto qualora versino in una delle situazioni di incompatibilità o di conflitto di interessi previste dalla Legge. Poiché nessuno fa rilevare la presenza di situazioni a proprio carico, il Presidente, dopo aver constatato che gli intervenuti sono in numero legale, dichiara aperta la riunione ed invita i presenti a deliberare sull'oggetto sopraindicato.

II SINDACO

Vista la legge regionale n. 18/2014 "Organizzazione del Sistema Turistico in Campania" che riconosce il ruolo fondante e primario che il turismo ha storicamente avuto nella maturazione e nell'evoluzione del fenomeno a livello nazionale, europeo e mondiale;

Considerato che:

- ai fini dello sviluppo turistico, con la Deliberazione di Giunta Regionale n. 182 del 04.04.2017 (BURC Campania n. 41 del 22.05.2017), sono state approvate le direttive per la definizione, a valere sulle risorse del POC 2014-2020, linea strategica 2.4 *"Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e cultura"*, di un unitario programma regionale di interventi, articolato in specifiche azioni da realizzarsi sul territorio regionale nel periodo "giugno 2017 – maggio 2018";

- con il suddetto atto deliberativo, in particolare, la Giunta Regionale ha:

- 1) ha fissato la dotazione finanziaria complessiva del POC 2014-2020 linea strategica 2.4 *"Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e cultura"* per il finanziamento dei progetti rientranti nel suddetto programma in € 8.500.000,00, di cui:

per la sezione *"Iniziative promozionali sul territorio regionale"* → € 3.400.000,00

- 2) ha stabilito che l'individuazione delle proposte progettuali che andranno a costituire il programma in questione avvenga tramite una procedura selettiva disciplinata da apposito Avviso Pubblico, da adottarsi da parte della Direzione per le politiche Culturali e il turismo – attuale Direzione generale per la programmazione Economica e il Turismo;
- 3) ha riservato la presentazione delle proposte progettuali ai Comuni della Campania;
- 4) da demandato alla Direzione il compito di emanare un apposito avviso pubblico destinato a tutti i Comuni non capoluogo per la selezione dei progetti tra il quali per Azione 3: *"Iniziative promozionali sul territorio regionale"*: individuazione di eventi per un importo non eccedente € 40.000,00 (quarantamila/00) per proposte dei Comuni in forma singola, da aumentare di 5.000,00 (cinquemila/00) per ogni Comune partner e comunque non oltre l'importo massimo di € 70.000,00 (settantamila/00);
- 5) ha stabilito che ciascun Comune possa presentare un'unica proposta progettuale per l'intero programma e che, nel caso di presentazione di più proposte progettuali da parte del medesimo Comune, sarà presa in considerazione soltanto quella pervenuta per prima, mentre le eventuali ulteriori proposte progettuali saranno ritenute irricevibili;
- 6) ha stabilito che la forma associativa, coerente con le attività previste dalla proposta progettuale, dovrà essere formalizzata mediante un Protocollo di Intesa stipulato ad hoc, nel quale, tra l'altro, si individui il predetto Ente-Capofila che risulterà Beneficiario dell'eventuale contributo, con il compito di garantire l'attuazione di tutte le azioni funzionali al perseguimento degli obiettivi condivisi ed individuati nella proposta progettuale;
- 7) ha stabilito che la verifica preliminare delle proposte progettuali che perverranno, sotto il profilo della conformità documentale alle previsioni dell'Avviso, nonché la conseguente valutazione, con annessa redazione della graduatoria di merito delle proposte progettuali risultate ammissibili, saranno condotte da apposita Commissione composta da dipendenti regionali della Direzione per le Politiche Culturali e il Turismo, tenendo conto di una serie di elementi;
- 8) ha stabilito che la Direzione Generale per la Programmazione Economica e il Turismo

provveda ad approvare le graduatorie di merito redatte dalla surrichiamata Commissione per ciascuna sezione in cui è articolato il programma e che, nell'ambito delle medesime graduatorie, si individuino le proposte progettuali beneficiarie del finanziamento regionale, in base all'ordine decrescente di posizione e fino a concorrenza delle risorse disponibili e, comunque, idonee a coprire per intero il finanziamento richiesto;

- 9) ha precisato che l'ammissione a finanziamento delle proposte progettuali utilmente collocatesi nelle suddette graduatorie avverrà, soltanto previa presentazione del relativo progetto esecutivo, mediante apposito provvedimento della Direzione Generale competente,
- 10) ha previsto che, in caso di economie nella realizzazione del progetto ammesso a finanziamento, la quota di contribuzione regionale sarà proporzionalmente ridefinita in rapporto al costo complessivo a consuntivo del progetto;

Visto l'Avviso Pubblico (pubblicato sul Burc Regione Campania) ed i relativi modelli di scheda progettuale e di istanza di finanziamento allegati al medesimo per la selezione delle proposte progettuali che, a valere sulle risorse del POC 2014-2020, linea strategica 2.4 "Rigenerazione urbana, politiche per il turismo e cultura", andranno a costituire l'unitario programma regionale di interventi, articolato nelle specifiche azioni "*Eventi di rilevanza nazionale ed internazionale*" e "*Iniziative promozionali sul territorio regionale*", "*Eventi inseriti nel contesto di itinerari turistico-culturali*" da realizzarsi sul territorio regionale nel periodo "giugno 2017 – maggio 2018";

Evidenziato che la documentazione relativa alla proposta progettuale deve essere presentata a pena di ammissibilità entro le ore 13.00 del trentesimo giorno dalla data di pubblicazione dell'avviso pubblico sul BURC-Reg. Campania;

Vista la proposta progettuale denominata "*Montecorice diWineJazz Festival – V Edizione*" predisposta dall'ufficio comunale preposto al Turismo- sport e tempo libero;

Ritenuta la stessa pregevole e meritevole di accoglimento, in quanto rappresenta contemporaneamente un percorso di integrazione tra tematiche culturali e turistiche, nel contesto di siti culturali ed ambientali di grande pregio, finalizzato ad ottenere una reale integrazione tra offerta culturale e valorizzazione delle potenzialità turistiche del territorio campano, costituendo altresì un veicolo di sviluppo locale e di crescita, con evidenti ricadute anche in termini di apprezzamento dell'appartenenza;

Attesa la necessità di procedere con urgenza all'approvazione del progetto sopra nominato al fine di provvedere alla presentazione della candidatura nei termini di scadenza;

Ravvisata l'opportunità di nominare responsabile del procedimento il responsabile del servizio turismo sport e tempo libero dott. Annibale Catania;

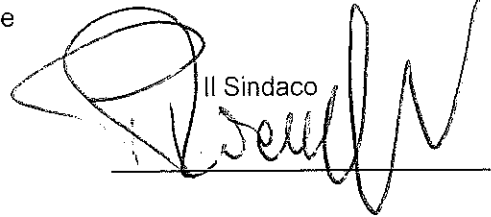
Visti:

- la L. n. 241/1990;
 - il D.Lgs. n. 267/00;
 - il Dlgs n. 50/2016;
 - lo Statuto Comunale
-

TUTTO CIO' PREMESSO PROPONE DI DELIBERARE

1. che la premessa forma parte integrante e sostanziale del presente atto;
2. di approvare il progetto dal titolo "*Montecorice di Wine Jazz Festival – V Edizione*" predisposto dall'ufficio comunale preposto al Settore Turismo, Cultura, Sport e Tempo libero;
3. di indicare quale Responsabile del Procedimento il dott. Annibale Catania, dipendente comunale responsabile del Servizio Turismo - Tutela e valorizzazione delle attività culturali – sport e tempo libero;
4. di candidare l'evento in oggetto alla selezione predisposta dalla Regione Campania secondo quanto disposto dalla DGR 182 del 04.04.2017 e Decreto Dirigenziale n° 3 del 18.05.2017;
5. di incaricare il nominato responsabile del compimento degli atti necessari connessi e consequenziali all'attuazione della presente, compreso l'invio della deliberazione di interesse e della ulteriore documentazione occorrente alla candidatura del progetto nei termini sopra indicati e meglio specificati nell'avviso regionale

Il Sindaco



PERERE REGOLARITA' TECNICA

Ai sensi degli artt. 49 e 147-bis del D.lgs. n. 267/2000, come modificato dalla L. 7 dicembre 2012 n. 213, si esprime sulla presente proposta di delibera parere FAVOREVOLE attestante la regolarità e la correttezza dell'azione amministrativa.

Responsabile del Servizio
(dott. Annibale Catania)



LA GIUNTA COMUNALE

Letta ed esaminata la suddetta proposta di deliberazione;

Dato atto che la stessa è corredata dal prescritto parere reso ex art. 49 D.L.gs. n. 267/2000;

Visto il DLgs n. 267/2000, in particolare l'art. 48;

Visto DLgs n. 50/2016;

Visto il Regolamento sull'ordinamento degli Uffici e Servizi;

Ritenuto che detta proposta, per tutto quanto ivi premesso e considerato sia meritevole di approvazione in quanto gli eventi, specialmente in un paese come il nostro, a vocazione turistica, costituiscono uno tra i migliori veicoli di valorizzazione e promozione, del territorio, trampolino ed attrattiva per eventuali investimenti e finanziamenti, determinando effetti economici moltiplicativi rilevanti, oltre a rappresentare l'opportunità per una migliore organizzazione e strutturazione di un sistema di accoglienza turistica di qualità;

Con voti unanimi favorevoli, palesemente espressi,

DELIBERA

1. che la premessa forma parte integrante e sostanziale del presente atto;
2. di approvare il progetto dal titolo "*Montecorice diWine Jazz Festival – V Edizione*" predisposto dall'ufficio comunale preposto al Settore Turismo, Cultura, Sport e Tempo libero;
3. di indicare quale Responsabile Unico del Procedimento il dott. Annibale Catania, dipendente comunale responsabile del Servizio Turismo - Tutela e valorizzazione delle attività culturali – sport e tempo libero;
4. di candidare l'evento in oggetto alla selezione predisposta dalla Regione Campania secondo quanto disposto dalla DGR 182 del 04.04.2017 e Decreto Dirigenziale n° 3 del 18.05.2017;
5. di incaricare il nominato responsabile del compimento degli atti necessari connessi e consequenziali all'attuazione della presente, compreso l'invio della deliberazione di interesse e della ulteriore documentazione occorrente alla candidatura del progetto nei termini sopra indicati e meglio specificati nell'avviso regionale

Infine, ravvisata l'urgenza di provvedere, stante l'imminente scadenza del termine per la presentazione del progetto, con separata ed unanime votazione,

DELIBERA

Di dichiarare il presente atto immediatamente eseguibile ex art. 134 co. 4 TUEL..

PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020

LINEA STRATEGICA 2.4 "RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA"

SEZIONE "INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE" DELIBERAZIONE DI

GIUNTA REGIONALE N. 182 DEL 04/04/2017

PROGRAMMA "GIUGNO 2017 – Maggio 2018"

SCHEMA PROGETTUALE

A	IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO	
1)	Titolo del progetto	"Montecorice di Wine Jazz Festival" 5° edizione
2)	Comune proponente	MONTECORICE (SA)
	Codice Fiscale/Partita IVA	C.F. 81000590653 P. Iva 00776030652
	Sede principale	Via Duca degli Abruzzi, 15 84060 - Montecorice
	Telefono	0974968917
	Fax	0974968917
	E-Mail e PEC	demografici.demografici@gmail.com demografici.montecorice@asmepec.it
3)	Legale Rappresentante	Avv. Pierpaolo Piccirilli Sindaco
4)	Responsabile Unico del Procedimento	dott. Annibale Catania istruttore amministrativo Responsabile settore Cultura Codice Fiscale CTNNBL68C02L750F Nato a Vercelli il 02/03/1968 e residente a Montecorice in via S. Antonio 25 - 84060 Montecorice (SA).
	Telefono	0974968917 - 3346210965
	Fax	0974968917
	E-Mail e PEC	annibale.catania@gmail.com demografici.montecorice@asmepec.it
5)	Edizioni precedenti della medesima (per	Idea realizzata per la prima volta nell'agosto del 2013 con le poche finanze e soprattutto dalla caparbia di questo ufficio turismo del Comune di Montecorice nel voler creare



Il Legale Rappresentante

	identità di titolo ed oggetto) proposta progettuale): nr. 3	<i>un'offerta diversa con il chiaro intento di incentivare e voler raggiungere l'obiettivo di creare un turismo d'arte e di sensorialità che trova conforto e riscontro nella crescente affluenza di un pubblico "diverso", soprattutto nell'approccio e nella fruizione del territorio di questa parte del Cilento.</i> <i>Il "Montecorice diWine Jazz Festival" nasce da una pretesa idea di multisensorialità. Una sinestesia innescata tra</i>
		<i>musica jazz e degustazione dei vini delle migliori cantine del Cilento (alcune delle quali di livello internazionale).</i> <i>Descrivere una sinestesia è un qualcosa di fugace e leggero, quasi inafferrabile. Quando il cuore insiste su una nota sola, riesce a dispiegare orizzonti dell'anima.</i> <i>Interessante valorizzazione del suggestivo scenario Cilento, che nella piazzetta di Montecorice capoluogo, ha vissuto momenti di crescita significativi in ottica di servizio culturale offerto alla popolazione residente e ai flussi di turismo culturale, target cui tale manifestazione tende a rivolgersi.</i> <i>L'idea è quella di un compendio di alto valore artistico-culturale che acquista ulteriore valenza in considerazione della finalità di favorire il radicamento di iniziative musicali e culturali in una zona scarsamente servita, che - di converso - ricadendo nell'area protetta di un Parco Nazionale (quello del Cilento e Vallo di Diano) ha, ai sensi dell'art. 7 della legge istitutiva (L. 394/91) priorità sugli altri territori nell'approvazione delle progettualità che vi ricadono.</i> L'evento culturale "Montecorice diWine Jazz Festival", infatti, ha rappresentato non soltanto una rassegna di concerti ed eventi musicali di alto livello ma è stato, contemporaneamente, un percorso di integrazione tra tematiche culturali e turistiche, nel contesto di un sito culturale ed ambientale di grande pregio, al fine di ottenere una reale integrazione tra offerta culturale e valorizzazione delle potenzialità turistiche di un'area di grande attrattività del territorio campano, da traghettare - come ribadito nelle linee guida del Turismo regionale - verso altrettanti alti livelli di competitività, anche grazie ad eventi - di cui quello in parola vuole essere esempio di eccellenza - che assicuri il legame con il territorio ospitante e i suoi beni d'interesse culturale e ambientale. Si riportano di seguito le programmazioni delle edizioni svoltesi dal 2013 al 2016 con le relative indicazioni artistiche contenute nei relativi manifesti.



Il Legale Rappresentante

[Handwritten signature]



GENERI A CONFRONTO
MONTECORICE Piazza San Biagio
SABATO 24 Agosto 2013 - ore 21.30

POUR in JAZZ

FRANCESCO CARABELLO - Contrabbasso
 ANTONIO DIETI & PIERLUIGI CATTOLICA
 MASSIMILIANO RIELLO - Fiddle
 VITTORIO CRISTOFARI - Chitarra

Special Guest
 EMERSON FERNANDES - Saxophone
 VALERIA SOTTI - Fiddle
 LUIGIANO MARINO - Contrabbasso





18 agosto
 ore 22.00

BLUES STUFF

19 agosto
 ore 22.00

Silvia Aprile & Luciano Nini Quintett

INIZIATIVA DEL GRUPPO VINOLOGICO
 COMPLESSO TERRITORIALE DEL MUSEO CAMERALE
 VINOLOGIA: la scuola del gusto e della cultura





3^a edizione

Montecorice di Vine jazz festival

19 agosto
 Komodo & Luciano Nini
 easy duet

Hamlet Swing Quartet
 Jorge Loya - saxophone
 Christopher S. Baker - piano
 Vincenzo B. L. - guitar
 Vincenzo B. L. - double bass

20 agosto
 Simona Da Rosa - Quintet

SINCRONIA SENSORIALE TRA MUSICA JAZZ E VIDEO D'AUTORE CINEFANTASIA
 Organizzazione curata dall'AVIS Campania

MONTECORICE - ore 21.30 Piazza San Biagio



4^a edizione

MONTECORICE di Vine jazz festival

LUNEDÌ 22 AGOSTO 2016
 ore 22.00
VIRGINIA SORRENTINO QUINTET
 ANDREA REA - PIANO
 GIANCARLO PERNA - GUITAR
 MARCO DE TILLA - DOUBLE BASS
 LUIGI DEL PRETE - DRUMS

MARTEDÌ 23 AGOSTO 2016
 ore 22.00
FABRIZIO BOSSO
 TOMMASO STANAPLECO - double bass
 ELIO COPPOLA - drums

MONTECORICE PIAZZETTA SAN BIAGIO



4^a edizione

MONTECORICE di Vine jazz festival

LUNEDÌ 22 AGOSTO 2016
 ore 22.00

VOCALIST VIRGINIA SORRENTINO QUINTET
 ANDREA REA - PIANO
 GIANCARLO PERNA - GUITAR
 MARCO DE TILLA - DOUBLE BASS
 LUIGI DEL PRETE - DRUMS

MONTECORICE PIAZZETTA SAN BIAGIO



FABRIZIO BOSSO

MARTEDÌ 23 AGOSTO 2016
 La tromba più prestigiosa del jazz mondiale

MONTECORICE PIAZZETTA SAN BIAGIO



Il Legale Rappresentante



MONTECORICE

di Vene Jazz festival



22 Agosto
VIRGINIA SORRENTINO



23 Agosto
FABRIZIO BOSSO



COMUNE DI MONTECORICE

4ª edizione

MONTECORICE

di Vene Jazz festival



LARRY FRANCO

ITALIAN JAZZ ENSEMBLE

SABATO 27 AGOSTO
ore 22.00

AGNONE C.T.O. PIAZZA MARINA NUOVA

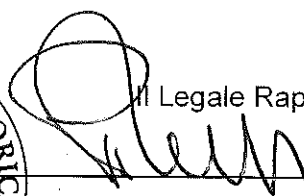


© ambale catania

6) Nell'eventualità di *Partecipazione in forma associativa* (Rif artt. 3.3 e 5.4.1 dell'Avviso)



Il Legale Rappresentante



Fonte: <http://burc.regione.campania.it>

6.1)	Altri Comuni coinvolti, oltre al Comune- Capofila	NESSUNO
6.2)	Evidenza delle ragioni della partnership	NESSUNA

B	DESCRIZIONE DELL'INIZIATIVA	
1)	Finalità ed obiettivi dell'iniziativa	Nell'area del Parco Nazionale del Cilento, macro area che comprende il territorio comunale di Montecorice, insistono beni e attività culturali e, in generale, risorse legate al patrimonio naturalistico-ambientale e storico architettonico che - qualora fossero oggetto di interventi mirati alla loro organizzazione e riconduzione a sistema - potrebbero ingenerare processi virtuosi di crescita culturale ed economica, in particolare legati alla diversificazione dell'offerta turistica e all'attrazione di nuovi flussi di visitatori. In un'area periferica, d'altronde, la cultura - intesa "come risorsa" - ha funzioni sociali che sono, in ultima analisi, più importanti per la vitalità e lo sviluppo di una comunità del contenuto culturale propriamente detto, in quanto, la cultura, innanzitutto, permette la stima di sé, che è condizione indispensabile per qualsiasi forma di realizzazione, sia personale che collettiva, e, contemporaneamente, è "una dinamica generatrice di senso", nella duplice accezione di "significato profondo" e "direzione", di cui occorre permeare qualsiasi processo di trasformazione sociale, di mutamento economico o di sviluppo in generale, per un verso adeguandolo ai valori che lo rendono "sensato", e, per altro, dandogli un orientamento verso il futuro (cfr. Thierry Verhelst - esperto UNESCO, Cultura e sviluppo rurale, in Rural Europe - European Commission, AEIDL). Fra gli obiettivi strategici finalizzati alla soddisfazione dei bisogni culturali rilevati, si pone in particolare, quello di dar vita ad attività di animazione culturale o legata al tempo libero che è nel territorio di riferimento ancora del tutto connessa alle dinamiche ed alla stagionalità dell'attività turistica, e concentrata, territorialmente, nell'area costiera. Ne consegue che occorre, principalmente, favorire la creazione di occasioni in cui sia costante il rinnovamento dell'offerta culturale, si favorisca la qualità artistica, e si consenta ad un pubblico sempre più ampio di accedervi, con particolare riguardo alle giovani generazioni. Inoltre, in sintonia con le "Linee guida per lo sviluppo turistico della Regione Campania", la presente progettualità mira ad amplificare i punti di forza dell'Ambito Territoriale Turisticamente Rilevante



Il Legale Rappresentante

	costituito dal Cilento, relativi alla possibilità di integrazione tra aspetti naturalistici, balneari, culturali ed enogastronomici, offrendo un momento integrato di fattori d'attrazione quali ambiente, cultura, arte, tradizioni. Inoltre, in coerenza con le richiamate Linee guida, una simile iniziativa è funzionale allo scopo di innalzare i segmenti di offerta di turismo culturale (di altissima valenza strategica per il comprensorio in esame) dagli attuali posizionamenti - che lo vedono dotato di alta attrattività (intesa come l'interesse economico a soddisfare uno specifico segmento turistico), ma con competitività di medio livello - ad un'altrettanto alta competitività (in relazione alla tipologia di domanda e alla capacità di soddisfarla, in rapporto alla concorrenza), al fine di valorizzare l'immagine dell'area attraverso l'acquisizione di vantaggi competitivi duraturi e difendibili nel tempo, anche rispetto ad altri territori.
	La promozione di iniziative come quella in programma attraverso azioni coerenti con i principi della sostenibilità ambientale, vuole, infatti, recepire gli orientamenti suggeriti dalle politiche della Regione Campania, della Provincia di Salerno, del Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano, tesi a ridurre i punti di debolezza dell'area nel settore turismo, rappresentati principalmente dalla "scarsa capacità di attrarre i turisti con un'offerta turistica ancora fortemente concentrata su segmenti dalla "incapacità di innescare relazioni sinergiche tra l'economia agricola e l'economia turistica...", dalla mancanza di attenzione nel considerare il territorio come risorsa, con scarsa promozione del patrimonio presente", per cogliere, d'altro canto, le opportunità espresse dalle "prospettive di forte espansione della domanda turistica a livello mondiale, con particolare riferimento ai settori della cultura, dell'archeologia e del turismo enogastronomico. L'impegno del progetto mira alla crescita dell'offerta culturale locale e della relativa utenza, che abbia un alto grado di incidenza nell'ambito regionale, attraverso il perseguimento degli obiettivi di: - incentivare, in una realtà non metropolitana un evento di rilievo, dall'alta attrattività turistica, e di dimensione tale che permetta l'identificazione con il territorio che lo promuove, e ne orienti la caratterizzazione verso programmazioni di qualità, attraverso la distribuzione di spettacoli di marcato profilo artistico-culturale, e la valorizzazione congiunta delle risorse artistiche locali; - favorire e consolidare la crescita di nuovi flussi di turismo integrato (culturale, ambientale, enogastronomico) formati per buona parte da visitatori motivati, che trovano negli eventi di qualità un momento di arricchimento e scambio culturale, convogliando nel periodo di svolgimento della manifestazione, flussi turistici mirati finalizzati ad un marketing di riposizionamento del prodotto Cilento; - assicurare la continuità ad un evento culturale (Montecorice di Wine Jazz Festival), che, in qualità di "attrattore", si



Il Legale Rappresentante

		interconnetta e declini in ulteriori iniziative, capaci di assicurare lo sviluppo di un circuito che - in considerazione della sua virtuosità conferisca maggiore visibilità e fruibilità, attraverso l'integrazione tra tematiche culturali e turistiche, in ottica di diversificazione dell'offerta; - instaurare una cooperazione sistematica ed efficace fra gli operatori turistici e commerciali, che valorizzi l'aggregazione tra i soggetti attivi nella realizzazione delle diverse iniziative, al fine di creare un indotto economico e favorisca un'innovazione di processo legata all'incremento dell'efficienza nella produzione del servizio culturale considerato, e un'innovazione di prodotto, che si sostanzia nella creazione di un "nuovo" e più ampio sistema di offerta di servizi territoriali, basati sul legame evento/territorio, progetto/siti, contenuti/contenitori culturali, che possono dar vita a nuovi mercati e alla sostenibilità dell'offerta nel tempo.
2)	Coerenza dell'iniziativa con gli obiettivi e le finalità dell'avviso	Il progetto, quale modello di promozione sistemica in grado di coniugare gli eventi culturali programmati con momenti di commercializzazione e attività di comunicazione del prodotto 'territorio', risponde appieno alla programmazione regionale in quanto intende promuovere lo sviluppo di un turismo di qualità, con un'offerta che valorizza le risorse cosiddette minori, non inserite nei grandi circuiti turistico-culturali, ma all'attenzione della domanda per la connotazione identitaria che le contraddistingue tenendo conto delle motivazioni che spingono il turista ad usufruire e calarsi in itinerari integrati. Convogliando ed attirando flussi turistici mirati, finalizzati al giusto riposizionamento del "prodotto Campania" sul mercato nazionale e non solo, creando e favorendo fattori di sviluppo locale di crescita. La programmazione del "Montecorice di Wine Jazz Festival" di alto profilo artistico-culturale con il suo carattere di unicità, fungerà da attrattore verso la scoperta delle risorse del territorio in maniera integrata e non frammentaria, trasformate in prodotti veicolabili come destinazione turistica dall'alta attrattività e competitività, che, per quanto oggetto di un marketing di nicchia - in considerazione della tipologia di territorio e di offerta, non abituata ai grandi numeri, e non attrezzata per contenerli! - riesca a costituire volano per l'economia locale attivando effetti moltiplicativi rilevanti per le attività produttive del comune, captando flussi turistici ricercati. Lontano, quindi, dalla fruizione 'mordi e fuggi' del turismo estivo, che nulla lascia al territorio, creando presupposti di ritmi di vita e di lavoro propri dell'economia e della società locale, in cui l'organizzazione in chiave turistica di fattori legati all'accoglienza e alla qualità della vita assuma tratti ben riconoscibili. La strategia alla base della proposta progettuale è volta, dunque, a consentire che il sito in questione, nella sua funzione di attrattore



Il Legale Rappresentante

Fonte: <http://burc.regione.campania.it>

		culturale, sia in grado di generare un processo di sviluppo locale se posto nelle condizioni di diventare centro propulsivo e connettore del sistema di risorse presenti sul territorio. L'offerta territoriale è, dunque, concepita come frutto di una particolare modalità di gestione che organizza esperienze originali in un contesto di offerta più radicato, più accogliente, più relazionale, capace di offrire chance interessanti per includere e garantire possibilità di partecipazione per quella parte di popolazione e attività produttive che si sente estranea alla caratterizzazione del territorio quale area di sottosviluppo sociale ed economico, rappresentandone, viceversa, esempio di eccellenza nei settori dell'enogastronomia, della cultura alimentare e delle sue produzioni a km 0, della ricettività, del wellness, della qualità ambientale.
3)	Luogo di svolgimento:	Comune di Montecorice (SA) L'iniziativa intende porre all'attenzione della domanda di turismo culturale attratta dal mix di offerta dell'evento. D'altro canto l'area coinvolta può essere considerata - per la presenza del variegato patrimonio di risorse che insistono sul territorio, la tipica destinazione turistica, oggi all'attenzione della nuova domanda di "patrimoni minori", che fanno dell'identità territoriale, della qualità ambientale e delle specificità locali gli elementi di differenziazione dell'offerta del "prodotto territorio".
3.1)	Locations	Ferma restando la finalità di valorizzazione dell'intero sito culturale/ambientale del Comune di Montecorice nonché dell'intera zona di questa parte di Cilento, le locations sono: Piazzetta San Biagio di Montecorice capoluogo, in pieno centro storico davanti alla propria chiesa del XVI secolo. Proscenio spontaneo che sa animarsi e assecondare al meglio tutte le esigenze dell'evento in progetto. Precipuo contenitore di emozioni musicali ed enogastronomiche. Lo splendido scenario del borgo medioevale di Ortodonico (frazione collinare del Comune di Montecorice). Nella magia della sua piazzetta con attigua torre del XIV secolo. Piazza Marina Nuova nella frazione di Agnone Cilentog. Località balneare per eccellenza del Comune con il suo splendido ed unico lungomare. Sinergia emotiva di un luogo fortemente carico di rimandi emozionali in sinergia tra musica e mare. Un mare di sera, col suo tremolio luminoso di ricordi lontani.



Il Legale Rappresentante

3.2)	Tipicità locali e tradizioni valorizzate	Una <i>Sinestesia di sensi di musica di autore e di degustazione di vino di eccellenza del Cilento</i>, sarà il leit motive che abbinerà le tematiche culturali, ambientali, etno-antropologiche di cui l'area è ricca, veicolandole attraverso le occasioni di incontro e di fruizione territoriale legate alle due giornate della rassegna e alla domanda di turismo integrato. Musica e gusto come veicolo emozionale di riqualificazione. Dopo il successo delle precedenti edizioni, le due serate di cui consta il programma, oltre ai programmi musicali di alto livello in ambito jazz e non solo, avranno basi tematiche sulle eccellenze della produzione vitivinicola. Promozione e valorizzazione delle aziende locali in linea con il trend turistico che spinge il visitatore (e quindi non solo l'appassionato e/o cultore del genere) verso l'unicità di questi luoghi. Quasi un "locus amoenus" in sapori e saperi di una cultura ultra millenaria che vuole essere "contenitore" ma anche "contenuto" strutturato in chiave sistemica con le sue risorse diffuse poste all'attenzione dei visitatori. I due giorni della manifestazione vedranno allestimenti scenografici riguardanti le tradizioni che persistono e che producono senso con i loro prodotti di eccellenza. Attraverso mostre fotografiche e pittoriche sul mondo della produzione olearia e vinicola, e tutto ciò che vi sottende, il visitatore sarà immerso nell'ancestro di questa terra. Avrà particolare risalto anche la tradizione dei riti confraternali del Cilento, di cui Montecorice è depositario con la sua confraternita, (tra le più antiche del Cilento) risalente al XVI secolo. Suggestioni che rappresentano un patrimonio di risorse di identità di una cultura. Fare cultura in luoghi di cultura... osmosi fra <i>contenitore</i> e <i>contenuto</i>, all'insegna della qualità e della Bellezza a cui ci si accosta nel rispetto di quanto rappresentano, consci di quale prestigio possa conferire all'evento il suo essere frutto di una tradizione, che l'alta valenza artistica vorrà ulteriormente valorizzare e proporre ad una fruizione attenta e consapevole. L'offerta musicale si integra con quella di fruizione delle risorse enogastronomiche e culturali locali, attraverso momenti laboratoriali e di degustazione delle eccellenze produttive dell'area.
------	---	--



Il Legale Rappresentante

4)	Funzionalità dell'intervento con riferimento, in particolare, agli aspetti di valorizzazione delle strutture e dei servizi turistici	Durante gli eventi che si svolgeranno sarà possibile per i turisti prendere parte, oltre ai concerti e agli spettacoli, ad un'esperienza residenziale che vedrà privilegiate le strutture ricettive come bed and breakfast, affittacamere, country house, strutture nate dalle attività di incentivazione dell'ospitalità extralberghiera, poste in essere dall'ente Parco nell'ambito del PIT a valere sul POR 2000-2006, ma pure dalle misure del PSR 2007-2013. <table><tr><th colspan="2">ESERCIZI ALBERGHIERI</th><th colspan="2">ESERCIZI COMPLEMENTARI</th><th colspan="2">TOTALE</th></tr><tr><th>Numero</th><th>Posti letto</th><th>Numero</th><th>Posti letto</th><th>Numero</th><th>Posti letto</th></tr><tr><td>3</td><td>129</td><td>10</td><td>310</td><td>13</td><td>439</td></tr></table>	ESERCIZI ALBERGHIERI		ESERCIZI COMPLEMENTARI		TOTALE		Numero	Posti letto	Numero	Posti letto	Numero	Posti letto	3	129	10	310	13	439
ESERCIZI ALBERGHIERI		ESERCIZI COMPLEMENTARI		TOTALE																
Numero	Posti letto	Numero	Posti letto	Numero	Posti letto															
3	129	10	310	13	439															
5)	Cooperazione e modalità di messa in rete degli eventi su base tematica e/o territoriale:	La realizzazione di progetti di cooperazione in ambito di rivalutazione di una cultura e di un territorio, hanno confermato il ruolo positivo che questa tipologia di interventi ha per il superamento dell'isolamento delle aree rurali. E' necessario valutare, sulla base di modelli specifici, la qualità e la sostenibilità degli eventi anche in termini di capacità di attrazione di nuovi flussi di visitatori e turisti esterni. La valutazione deve riguardare anche le modalità di progettazione, promozione e gestione degli eventi al fine di individuare gli eventuali correttivi da apportare. Un ulteriore ambito di valutazione e di razionalizzazione può riguardare la messa in rete degli eventi su base tematica e/o territoriale con l'obiettivo di realizzare economie di scopo nella gestione dei servizi e di assicurare una maggiore visibilità e fruibilità da parte dei visitatori e dei turisti. Un'area importante di analisi, valutazione e riprogettazione deve riguardare le modalità operative di attivazione di Partenariati Pubblici-Privati per la realizzazione degli eventi, nonché la definizione di modalità innovative di contribuzione dei partecipanti ai costi di realizzazione degli eventi. Il progetto in oggetto tenta di mettere in rete partnerati di eccellenza, quali la A.I.S. Campania (Associazione Italiana Sommeliers), ass. Oleum, aziende vitivinicole ed olearie pluripremiate del territorio che hanno indicato una strada di strategia di marketing. Anche l'Associazione Commercianti del Comune di Montecorice è stat coinvolta nel recepire la necessità di allestire un'offerta residenziale adeguata ad un certo tipo di esperienza. Artisti locali del mondo del mondo del jazz e non solo, messi in rete di comunicazione a formare una griglia di ricezione e di coinvolgimento.																		



Il Legale Rappresentante

[Handwritten signature]

5.1)	Forme di cooperazione e aggregazione tra soggetti pubblici e privati su base tematica e/o territoriale	Nei giorni dedicati alla manifestazione si ci intende avvalere dell'opera e del supporto di personale esterno (a titolo completamente gratuito), oltre al personale altamente qualificato dell'AIS Campania (Associazione Italiana Sommeliers) come è già accaduto nelle prime quattro edizioni, a questa Amministrazione che vorranno curare l'aspetto enogastronomico dell'evento. Da quest'anno, infatti, oltre che alla degustazione del vino d'autore cilentano, si propone l'introduzione di un altro cardine della dieta mediterranea: l'olio. Saranno presenti nelle prime due serate aziende agricole-vitivinicole cilentane rinomate in questo settore che, recentemente, hanno conseguito riconoscimenti a livello mondiale. Saranno creati laboratori sensoriali per adulti e bambini, banchi di assaggio e conferenze tematiche. A cura dell'AIS, si terrà una degustazione guidata con lezione a numero chiuso su n. 4 (quattro) etichette di eccellenza, con la presenza del relatore dott.ssa Maria Sarnataro, Presidente e delegato AIS Cilento.
5.2)	Elementi di rafforzamento dell'offerta e dei servizi dedicati ai fruitori dell'iniziativa	L'abbinamento delle programmazioni con le aree comunali ha tenuto in considerazione le "vocazioni" di accoglienza e offerta territoriale, valorizzandone la fruibilità nei momenti in cui il legame con il territorio è più forte. La programmazione dell'evento è orientata alla creazione di un sistema che deve erogare un elevato contenuto di servizio per i fruitori dell'iniziativa. A tal fine, sono previsti, a gestione integrata con i contenuti attivati dal sistema di promozione e comunicazione dell'evento, i sottoelencati servizi: A - info points attrezzati con funzioni specializzate: - informazioni e assistenza in loco, attraverso la distribuzione di materiale divulgativo e promozionale; - registrazione dei comportamenti e del grado di soddisfazione dell'utenza, attraverso la somministrazione ai turisti di schede di registrazione e di questionari di rilevazione della customer satisfaction, per raccogliere informazioni sul grado di apprezzamento della qualità dell'accoglienza e dei servizi turistici, e sull'immagine percepita dai turisti in transito nel territorio cilentano;



Il Legale Rappresentante

		B - organizzazione di itinerari guidati, laboratori tematici in funzione di eventi collaterali da offrire ai turisti nel periodo di permanenza; C - family area, spazio attrezzato nella location dei concerti per la gestione dell'organizzazione familiare, in termini di fruibilità di servizi di baby parking, pacchetti personalizzati; Specifici servizi saranno dedicati alle persone con disabilità, nella considerazione che le attività culturali, pur rappresentando un elemento di forte attrazione per la scelta della destinazione della vacanza, sono uno dei punti più critici della catena turistica per le persone con esigenze specifiche. Ciò è dovuto principalmente al fatto che tali attività sono, spesso, collocate all'interno di strutture storiche, con scarse caratteristiche di accessibilità. La programmazione dell'evento in parola intende permettere l'accesso ai diversamente abili a tutte le iniziative, predisponendo ingressi e spazi privilegiati. D - Creazione di specifica pagina Facebook e sito internet dell'intero evento, nei suoi tempi, programmi e offerte musicali.
--	--	---

5.3)	<i>Economie di scopo generate nella gestione dei servizi e per la maggiore visibilità e fruibilità da parte dei visitatori e dei turisti</i>	La domanda a cui il marketing territoriale ha il compito di guardare è composta da soggetti individuali che solo in seconda istanza compongono una collettività, ed è quel carattere di individualità che va curato e trattato come parte di una collettività consapevole, partecipe e attiva, non omologata. Se l'intangibilità del bene è un valore quanto la sua stessa tangibilità, anche l'intangibilità e originalità del fruitore è il valore della sua capacità di domanda. La costruzione della domanda verso un territorio, poiché fatta da persone, deve essere necessariamente pensata come domanda verso un territorio emotivo e sensibile. Un territorio emotivo è la traslazione del concetto di area geografica in concetto di area abitata e comunitaria, da area vivibile a area di vita. Solo quando il fruitore, e per esso l'intera domanda, è in grado di percepire la necessità vitale del consumo di quell'offerta intangibile, culturale e turistica (se si intende per essa la scelta consapevole di un luogo), si trasformerà da numero occasionale in dato di sviluppo, e la relazione offerta-domanda si trasformerà da meccanismo di consumo in processo di investimento. Nella presente progettualità, per le peculiarità che costituiscono l'offerta di prodotto di cui l'evento programmato costituisce veicolo, la modalità di marketing che s'intende attivare per intercettare la potenziale domanda prenderà avvio sia dall'offerta patrimoniale del territorio che dall'offerta del sistema territoriale, la prima basata sull'attrattività geografica dell'area considerata, dalla tipizzazione parimenti interessante, di cui
------	--	--



Il Legale Rappresentante

		l'evento costituisce solo il valore aggiunto, la seconda a vantaggio di chi non può essere attratto dai "contenitori" dei luoghi per la partecipazione e dal loro valore tangibile perché non li conosce e, dunque, intercetterà nell'evento il motivo <i>altro</i> (non aggiunto) che indurrà il bisogno culturale del fruitore a trasformarsi in relazione bilaterale, in scelta non occasionale. La ricaduta sul territorio sarà sempre di natura economica e l'offerta culturale costituirà comunque un valore intangibile in stretta connessione con i valori tangibili, tanto che lo spettatore non potrà non ricordare di quella partecipazione anche il tipo di accoglienza, il sistema infrastrutturale, la qualità del cibo, il paesaggio, ma in questi casi il valore intangibile dell'offerta culturale è non aggiunto, ma altro, rispetto al valore tangibile del territorio.
6)	Palinsesto e programma dettagliato	Montecorice diWine Jazz Festival - 5° edizione - 22, 23 e 27 agosto 2016. La manifestazione si articola in tre serate, in un programma in cui l'evento centrale rappresentato da concerti con artisti di rilievo internazionale e degustazione dei migliori vini nella rappresentazione più alta delle cantine vinicole del Cilento, sarà arricchito da momenti di presentazione e valorizzazione delle risorse locali (laboratori enogastronomici, mostre, itinerari e visite guidate), per far "scoprire" il territorio nelle sue peculiarità più identitarie. La congruità del progetto dispiegata su quattro giorni, trova maggiore aderenza nella necessità di aumentare l'offerta di intrattenimento, moltiplicando esponenzialmente i possibili effetti del meccanismi del "ricordo (quindi, ritorno)". Le cantine selezionate, in base alle loro qualità peculiari, sono: Barone Vini - Rutino (SA) Botti Vini - Agropoli (SA) De Conciliis Vini - Prignano (SA) Maffini Vini - San marco di Castellabate, loc. Cenito (SA) Marino Vini - Agropoli (SA) Rotolo Vini - Rutino (SA) San Salvatore Vini - Giungano (SA) <u>Lunedì 21 agosto 2017</u> Ore 19.00 - Apertura della manifestazione con brindisi simbolico in piazzetta San Biagio in Montecorice Capoluogo. Aperitivo jazz con jam session a seguirsi di artisti locali o chiunque voglia improvvisarsi. Ore 19.30 - Laboratorio sensoriale per adulti e bambini. Ore 20.00 - Degustazione guidata a numero chiuso a cura della dot.ssa Maria Sarnataro, presidente e delegato AIS Cilento; Ore 21.00 - Apertura della via del gusto, che comprende:



Il Legale Rappresentante

		n. 2 postazioni da destinare a banchi di assaggio; quindi all'esposizione delle etichette presenti alla manifestazione; n. 2 postazioni allestite per la promozione dell'evento e del territorio, di cui una dedicata alla distribuzione dei calici da degustazione con relativa tasca del materiale illustrativo; n. 1 postazione allestita all'interno della sala comunale dove si svolgerà la degustazione guidata e saranno esposte opere fotografiche e pittoriche di diversi artisti inerenti le tematiche in oggetto; Il laboratorio musicale nel frattempo continuerà fino all'inizio del concerto. Infatti le jam session si alterneranno in maniera spontanea e creativa con l'intento di dare spazio ed opportunità soprattutto agli artisti locali. ore 22.00 - concerto LINO PATRUNO JAZZ SHOW Lino Patruno - guitar, banjo Michael Supnick - trumpet, trombone, vocal Mauro Carpi - violino Silvia Manco - piano, vocal Riccardo Colasante - drums Clive Riche - vocal
		<u>Martedì 22 agosto 2016</u> Ore 20.30 Degustazione guidata a numero chiuso (su prenotazione) di n. 3 Aglianico di zone di produzione diverse. - A richiesta (max 20 persone). Ore 21.00 Apertura delle vie del gusto (come prima serata) Laboratorio musicale e jam session fino all'inizio del concerto; ore 22.00 - concerto Serata evento dei Grandi del Jazz Italiano; Giovanni Amato - trumpet Francesco Nastro - piano Luca Bulgarelli - double bass Pietro Iodice - drums Ai musicisti delle due serate sarà richiesta la composizione di un tema originale dedicato al Cilento, inteso come luogo di incontro di culture (come lo è sempre stato dalla antichità) e di contaminazione del diverso modo di sentire. Una "sinestesia dell'anima", appunto.
		<u>Mercoledì 23 agosto 2017</u> GIANLUCA GUIDI WITH FEATURING SCANNAPIECO BROS Gianluca Guidi - voce Michele Di Martino - piano Daniele Scannapieco - sax



Il Legale Rappresentante

[Handwritten signature]

		Tommaso Scannapieco - double bass Amedeo Ariano - drums Giovedì 24 agosto 2017 FABIO CONCATO & PAOLO DI SABATINO TRIO Fabio Concato - voce Paolo Di Sabatino - piano Marco Siniscalco - double bass Glaugo Di Sabatino - drums L'amore di Paolo Di Sabatino per le canzoni di Fabio Concato è la genesi di questo progetto, quando nel 2011 invitò Fabio a partecipare al suo album 'Voices', non facendosi sfuggire l'occasione di proporgli di rivisitare una manciata di suoi successi e di vestirli con arrangiamenti e sonorità vicine al jazz acustico. Da allora si sono alternati numerosi concerti, uno più emozionante dell'altro, che hanno immortalato questo connubio artistico, trasferendo di fatto in uno studio di registrazione la magia di ogni live. Dagli incontri live tra Fabio Concato e Paolo Di Sabatino Trio nasce un frutto: è 'Gigi', il disco uscito a Maggio 2017. In assoluta esclusiva al Montecorice di Wine Jazz Festival 2017.
7)	Cast artistico	Il cast artistico, come si evince, è di primissimo piano. Anche a chi non conosce il jazz - che resta ancora un genere schivo alle grosse operazioni commerciali - non sfuggirà la caratura altissima dei musicisti che calcheranno i palcoscenici del "Montecorice di Wine Jazz Festival". Fabio Concato - voce Paolo Di Sabatino - piano Marco Siniscalco - double bass Glaugo Di Sabatino - drums Lino Patruno - guitar, banjo Michael Supnick - trumpet, trombone, vocal Mauro Carpi - violino Silvia Manco - piano, vocal Guido Giacomini - double bass Riccardo Colasante - drums Clive Riche - vocal Giovanni Amato - trumpet Francesco Nastro - piano Luca Bulgarelli - double bass Pietro Iodice - drums Gianluca Guidi - voce Michele Di Martino - piano Daniele Scannapieco - sax Tommaso Scannapieco - double bass Amedeo Ariano - drums Durante gli eventi collaterali alla rassegna il cast artistico si arricchirà della presenza di musicisti e artisti locali a cui è



Il Legale Rappresentante

		affidato il ruolo di "ambasciatori musicali" del territorio durante i momenti più "identitari" dell'offerta culturale.														
8)	Direttore Artistico/Curatore scientifico	La direzione artistica è affidata all'Ufficio Cultura del Comune di Montecorice nella persona del R.U.P. incaricato, dott. Annibale Catania (dipendente dell'Ente) e al dott. Giuseppe Reale, soggetto esterno all'Ente, già Direttore Artistico del "Music Art" di Napoli. Si tiene a precisare, come chiaramente si evince dal piano economico finanziario del progetto, che tali prestazioni sono esclusivamente e completamente a titolo gratuito, non comportando nessun tipo di onere di nessun carattere e genere.														
9)	Cronoprogramma progettuale	Le varie fasi progettuali, in particolare quelle realizzative e di rendicontazione, sono scandite nello schema sottostante: <table><tr><td>Valutazione ex ante</td><td>Maggio 2017</td></tr><tr><td>Candidatura progetto</td><td>Giugno 2017</td></tr><tr><td>Progettazione esecutiva</td><td>luglio 2017</td></tr><tr><td>Procedure acquisizioni beni e servizi</td><td>Luglio - Agosto 2017</td></tr><tr><td>Organizzazione e realizzazione dell'evento</td><td>Luglio - Agosto 2017</td></tr><tr><td>Valutazione e monitoraggio</td><td>fine Agosto 2017</td></tr><tr><td>Rendicontazione</td><td>inizio settembre 2017</td></tr></table>	Valutazione ex ante	Maggio 2017	Candidatura progetto	Giugno 2017	Progettazione esecutiva	luglio 2017	Procedure acquisizioni beni e servizi	Luglio - Agosto 2017	Organizzazione e realizzazione dell'evento	Luglio - Agosto 2017	Valutazione e monitoraggio	fine Agosto 2017	Rendicontazione	inizio settembre 2017
Valutazione ex ante	Maggio 2017															
Candidatura progetto	Giugno 2017															
Progettazione esecutiva	luglio 2017															
Procedure acquisizioni beni e servizi	Luglio - Agosto 2017															
Organizzazione e realizzazione dell'evento	Luglio - Agosto 2017															
Valutazione e monitoraggio	fine Agosto 2017															
Rendicontazione	inizio settembre 2017															
10)	Piano di comunicazione dell'evento	Il Piano parte da alcune premesse piuttosto elementari, ma decisamente chiare. Lo sviluppo di un territorio (oltre alla qualità dell'ambiente medesimo) è legato alla capacità di attrarre investimenti, da persone, imprese, istituzioni. È fortemente condizionato dalla qualità (umana e ambientale) dell'accoglienza e della ricettività, come da tutte le altre condizioni che favoriscano la motivazione degli <i>stakeholder</i> a considerare il territorio meta di interventi, viaggi, soggiorni, investimenti: qualità dell'accoglienza, sana e autentica gastronomia, convenienza economica, semplificazioni burocratiche, vantaggi fiscali, etc. L'idea del piano è quella di posizionare il "marchio territoriale" <i>Cilento</i> promosso come insieme di realtà, spesso straordinarie, accoglienti e competitive nel rapporto costo/beneficio, anche rispetto ad altri <i>territories</i> anche limitrofi. Il valore del brand territoriale sarà quello di 'valorizzare' l'identità ai luoghi, ma soprattutto essere strumento di legittimazione utile ad accreditare valori territoriali mostrandoli come risorse, enfatizzando, cioè, tutte le attività produttive, strategiche, economiche che in quel luogo risiedono. La costruzione dell'identità di un territorio deve in primo luogo poter comunicare a tutti gli attori in gioco il senso di appartenenza ad un medesimo Sistema e focalizzare l'attenzione su quegli elementi, altrimenti invisibili, che realmente possono generare valore. Il piano di identità e														



Il Legale Rappresentante

il progetto dell'identità visiva per un territorio complesso come quello del Cilento devono potersi porre come interfaccia con il luogo e con le diverse anime che in esso convivono e devono poter innescare dialoghi evoluti con i "viaggiatori" che ne godranno l'esperienza.

La strategia di comunicazione consiste nel "far provare il prodotto (quasi) gratuitamente" a chi diventerà poi, indirettamente, più o meno consapevolmente, agente di comunicazione e di promozione.

Primo punto: intercettare un target "specialistico", autenticamente interessato all'evento e all'idea di "esperienza" ad esso connessa, considerando il territorio potenziale area di business per le proprie attività.

Secondo punto: utilizzare strumenti di comunicazione e media fortemente qualificanti e finalizzati ad una segmentazione immediata, determinata dal canale utilizzato.

Terzo punto: attraverso l'evento, promuovere il territorio in quanto ambiente naturale e contenitore di una proposta culturale coerente e di facile fruizione.

Costruire una rete di "appassionati" dell'ambiente "Cilento" utilizzando l'esperienza provata come modello replicabile e da suggerire ad "amici" e clienti.

Il target è composto dai cultori dell'evento specifico di musica jazz sofisticata e non convenzionale. Si tratta di un pubblico colto e informato, una categoria particolare di persone, quella degli "appassionati", che ha condotto ricerche, studi, dibattiti, prodotto materiali in modo disinteressato. Molti sono musicisti dilettanti, audiofili, studiosi di musica, cultori di enologia.

Il titolo del progetto diventerà un marchio e sarà impostato mantenendo centrale la denominazione "Montecorice di Wine Jazz Festival", di volta in volta declinato in più claim.

Altri strumenti previsti dal piano sono:

Sito web per la diffusione di tutte le informazioni relative al programma/eventi, delle location, della logistica e del programma.

manifesti 70x100

locandine 29.7x42

Pannelli 400x300 con logo gigante da porre dietro il palco

Volantini formato 14.85x21

Pannelli 300x200

Pagina Facebook

Pannelli 100x700

Annunci sulle principali testate nazionali in pagine regionali

Banner promozionali che rinviano al Sito dell'evento su siti specialisti, tra cui:



Il Legale Rappresentante

		jazzitalia www.jazzitalia.net italian jazz musician www.ijm.it musicajazz www.musicajazz.it jazzit www.jazzit.it all about jazz www.allaboutjazz.com jazz scene http://www.jazzscene.com.au jazz times http://jazztimes.com/ jazz review www.jazzreview.com Si specifica che tutto il materiale pubblicitario prodotto sarà conforme a quanto previsto dall'articolo 8 del Reg. CE 1828/2006 con particolare riguardo all'uso dei loghi dell'Unione Europea, della Regione Campania e della Repubblica Italiana.
C	ANALISI DELLA DOMANDA	
1)	Capacità dell'evento di attrarre flussi di visitatori/turisti	La progettazione e gestione di un evento culturale che rappresenti una risorsa, e che sia a sua volta in grado di attrarre risorse economiche e finanziarie vive, spesso, un doppio paradosso: la scarsa analisi in materia di domanda da un lato e la eccessiva tipicizzazione o generalizzazione dell'offerta dall'altro. Alla base della presente progettazione si è, dunque, inteso affrontare scientificamente la conoscenza e il rilancio della domanda e dell'offerta che il territorio di riferimento esprime, al fine ultimo del suo sviluppo, non solo economico-finanziario ma complessivo, vale a dire lo sviluppo della identità, della percezione di sé e dell'immagine verso l'esterno, la vivibilità e vitalità degli elementi che lo caratterizzano e lo abitano. Lo sviluppo complesso di un territorio richiede l'individuazione non solo di un'offerta che già c'è, ma il potenziamento di un'offerta che ci potrebbe essere. Quando si parla di intangibilità dei beni non è sufficiente individuare i beni del patrimonio tradizionale, ovvero quelli storico geografici, ma riferirsi all'intero patrimonio intellettuale e creativo che il territorio esprime a prescindere dalla sua collocazione. La domanda a cui il marketing territoriale ha il compito di guardare è composta da soggetti individuali che solo in seconda istanza compongono una collettività, ed è quel carattere di individualità che va curato e trattato come parte di una



Il Legale Rappresentante

collettività consapevole, partecipe e attiva, non omologata. Se l'intangibilità del bene è un valore quanto la sua stessa tangibilità, anche l'intangibilità e originalità del fruitore è il valore della sua capacità di domanda.

La costruzione della domanda verso un territorio deve essere necessariamente pensata come domanda verso un territorio emotivo e sensibile. Un territorio emotivo è la traslazione del concetto di area geografica in concetto di area abitata e comunitaria, da area vivibile a area di vita. Solo quando il fruitore, e per esso l'intera domanda, è in grado di percepire la necessità vitale del consumo di quell'offerta intangibile, culturale e turistica (se si intende per essa la scelta consapevole di un luogo), si trasformerà da numero occasionale in dato di sviluppo, e la relazione offerta-domanda si trasformerà da meccanismo di consumo in processo di investimento.

Nella presente progettualità, per le peculiarità che costituiscono l'offerta di prodotto di cui l'evento programmato costituisce veicolo, la modalità di marketing che s'intende attivare per intercettare la potenziale domanda prenderà avvio sia dall'offerta patrimoniale del territorio che dall'offerta del sistema territoriale, la prima basata sull'attrattività geografica dell'area considerata, dalla tipicizzazione parimenti interessante, di cui l'evento costituisce solo il valore aggiunto, la seconda a vantaggio di chi non può essere attratto dai "contenitori" dei luoghi per la partecipazione e dal loro valore tangibile perché non li conosce e, dunque, intercetterà nell'evento il motivo altro (non aggiunto) che indurrà il bisogno culturale del fruitore a trasformarsi in relazione bilaterale, in scelta non occasionale.

La ricaduta sul territorio sarà sempre di natura economica e l'offerta culturale costituirà comunque un valore intangibile in stretta connessione con i valori tangibili, tantoché lo spettatore non potrà non ricordare di quella partecipazione anche il tipo di accoglienza, il sistema infrastrutturale, la qualità del cibo, il paesaggio, ma in questi casi il valore intangibile dell'offerta culturale è non aggiunto, ma altro, rispetto al valore tangibile del territorio.

Dovendo definire i settori trainanti per lo sviluppo del Cilento (come dell'intero sistema Regione), e considerate le specificità dell'area, appare chiaro che uno dei settori chiave, ma non il solo, è costituito dal binomio turismo-cultura, che diventa un punto di partenza quasi banale se ci si riferisce a quei comuni che, nelle proprie risorse tangibili, sono caratterizzati da patrimoni storicoartistici di chiara bellezza, ricchezze paesaggistiche, stratificazione storica degli elementi culturali, tipicità enogastronomiche e quant'altro. Qualità che sono in grado di attrarre, se opportunamente valorizzate, un vasto pubblico di "consumatori". Eppure queste qualità risultano risorse inerti se non inserite in un più ampio spettro di possibilità che il territorio esprime,



Il Legale Rappresentante

		possibilità che risiedono proprio in creatività, dalle contraddizioni e dai saperi che abitano l'area umana di tale porzione geografica, quell'intangibilità costituita dalla vita stessa, dallo spirito, dalla creatività, dalle contraddizioni e dai saperi che abitano l'area umana di tale porzione geografica. I primi fruitori del prodotto-territorio saranno, dunque, i suoi stessi abitanti e residenti, che contribuiranno attraverso una fruizione consapevole e potenziata ad attrarre fruitori esterni, turisti, pendolari, imprese, investitori. Inoltre, proprio perché il territorio è un concetto riassuntivo di beni tangibili e intangibili, i fruitori interni sono i primi a manifestare adesione ai beni immateriali che il territorio esprime garantendo una domanda residenziale e di lunga durata. Il settore turismo-cultura, in una corretta operazione di marketing territoriale dunque, deve essere trainante prioritariamente nei confronti della fruizione interna per poter essere costante nel tempo e in grado dunque di aprirsi alla domanda esterna come incremento di risorsa ulteriore. Sarà grazie alla capacità del progetto di far considerare 'eccezionale' la relazione umana, creativa, emotiva, caratterizzante l'offerta territoriale che quest'ultima verrà vissuta come centrale e diventerà domanda. Solo questo sforzo di conoscenza profonda del territorio come luogo in divenire e di potenzialità inesprese può intercettare una domanda sempre rinnovata e formare una comunità di persone necessarie allo sviluppo e per le quali lo sviluppo è necessario, una comunità per un territorio che non sia consumabile, ma vivibile e vitale.
2)	Tipologia dei destinatari	Sulla scorta delle riflessioni che precedono, le tipologie di domanda che il progetto intende intercettare e motivare alla fruizione - alternativamente o combinatamente attratte dall'offerta patrimoniale del territorio (contenitore) e/o dall'offerta del sistema territoriale (evento/contenuto) - afferiscono ai seguenti segmenti: - turismo d'arte e culturale - turismo ambientale e naturalistico - turismo enogastronomico Più in dettaglio, i destinatari diretti dell'offerta afferiscono alle seguenti categorie: - popolazione locale (domanda interna) - target di quanti (italiani o stranieri) fanno domanda di: • arte, spettacolo, cultura, tradizioni • □ natura, ambiente, paesaggio • □ enogastronomia tipica e di qualità • □ fruizione integrata di 'territorio' - studenti



Il Legale Rappresentante

		- tour operator Fra i destinatari indiretti, che tanta parte avranno nella promozione e diffusione del 'prodotto-territorio-evento', figurano: • operatori del settore turistico-ricettivo • associazioni ambientaliste • associazioni culturali, fondazioni, istituti di cultura all'estero • associazioni ricreative, sportive, del tempo libero
3)	Priorità dell'intervento per il territorio	L'economia del turismo si configura sovente come un aspetto di elevata criticità nei processi di crescita delle aree locali. E' utile osservare che la dotazione di elementi materiali quali la posizione geografica e morfologica, il patrimonio artistico, storico, archeologico, naturale può esprimere una potenziale vocazione del territorio al turismo. Se, tuttavia, tale vocazione troverà una sua compiuta realizzazione soltanto a condizione che gli aspetti materiali del prodotto turistico verranno opportunamente integrati da un'adeguata organizzazione di ulteriori servizi gestiti nell'ottica di un sistema locale di offerta turistica, si capisce come l'iniziativa proposta rivesta una connotazione determinante e prioritaria in termini di benefici per l'area di riferimento, volta - com'è - a costituire, in ottica sistemica, una parte qualitativamente rilevante del "complesso integrato e flessibile di valori tangibili ed intangibili" che è il prodotto turistico. Il "Montecorice di Wine Jazz Festival", nella quarta edizione, vede il profilo dell'evento culturale, partendo dall'individuazione dei vari processi presenti all'interno 1. processi di creazione artistica e culturale 2. processi di avvio e di elaborazione dell'idea-progetto 3. processi di pianificazione 4. processi di controllo 5. processi di valutazione Pertanto risulta prioritario <u>ri</u>considerare il ruolo dell'evento, come aspetto della dimensione culturale di un territorio, per costruirci intorno una vera e propria strategia di marketing territoriale, in grado di : - mobilitare i potenziali di sviluppo di luogo - rafforzarne l'immagine e l'identità - favorirne il rinnovamento infrastrutturale.

D	FATTIBILITÀ FINANZIARIA	
	Piano Finanziario dell'intervento	
1)	<i>(da strutturare in "Uscite" ed "Entrate", da articolarsi, a loro volta, nelle singole voci di spesa e nelle voci di entrata. (il quadro economico deve essere a pareggio))</i>	
1.1)	Uscite tot.	Indicare entità complessiva in € 38.150,00



Il Legale Rappresentante

A	Voci di spesa	<i>Indicare entità in € e tipologia delle singole voci di spesa (comprese quelle per la comunicazione)</i>
USCITE		
A	Settore	Importi parziali
	Totale	
Costi organizzazione evento		38.150,00
Montecorice di WineJazz Festival		
Prestazioni artistiche		19.800,00
soggiorno/pernottamento)		1.000,00
Service strumenti audio/luci		5.000,00
Noleggio pianoforte a coda + back line		2.000,00
Siae e altri oneri		1.500,00
Allestimenti locations, personale ai banchi, Equipaggiamento accessibilità disabili e Help desk info point/family area		500,00
Spese vitto/ristorazione artisti ed operatori		1.300,00
Spese di pubblicità, comunicazione opuscoli, cartellonistica e stampe varie		2.500,00
Spese acquisto calici degustazione e cassette vini		4.000,00
Spese personale A.I.S. Campania (o equivalenti sommeliers qualificati)		550,00
	Entrate tot.	<i>Indicare entità complessiva in € (A+B+C+D)</i>
A	Finanziamento richiesto alla Regione	<i>Indicare entità in € 38.150,00</i>
B	Eventuale diretta partecipazione finanziaria del Comune proponente	<i>Voce eventuale - Indicare entità in €</i> NESSUNA
C	Eventuali contributi e/o finanziamenti da parte di Enti Pubblici	<i>Voce eventuale - Indicare entità in €</i> NESSUNO
D	Ogni altra eventuale entrata (bigliettazione, sponsorizzazioni, merchandising, ecc...)	<i>Voce eventuale - Indicare entità in €</i> NESSUNA
2	Analisi finanziaria dell'evento ed attestazione che l'evento non è generatore di entrate	Il progetto non è generatore di entrate. Come evincesi dal piano economico-finanziario allegato, il costo complessivo del progetto sarà coperto per il 100% con il contributo della Regione Campania. Si precisa che non sono previsti ricavi da bigliettazione in quanto tutti i concerti avranno il carattere della gratuità, in ottica di servizio culturale offerto alla popolazione residente e ai flussi di turismo culturale attivati dalla manifestazione. Gratuite saranno anche le degustazioni con i relativi calici professionali con tasca con logo del Comune di Montecorice. Si precisa altresì che non compare nessuna voce di compenso finanziario di direzione artistica,



Il Legale Rappresentante

coordinamento e quant'altro, in quanto questo Ufficio, nella persona del R.U.P. designato, ritiene di poter assolvere a tali adempimenti in modo assolutamente gratuito.

Le spese ammissibili saranno quelle rendicontate in forza di documentazione basata su criteri di:

effettività, intendendosi l'effettivo

esborso monetario;

realità, basata sulla sussistenza dei

beni/servizi acquisiti/resi;

inerenza, dimostrata dal collegamento funzionale e temporale tra le spese imputate e azione realizzata;

legittimità, considerato l'esame dei documenti elementari;

veridicità, come corrispondenza tra importo dichiarato e il riscontro con i documenti giustificativi e la registrazione in contabilità analitica/sezionale e in contabilità generale;

tracciabilità, come criterio in cui rientrano le spese per le quali i pagamenti sono stati effettuati mediante bonifico bancario con evidenza dell'addebito sul c/c bancario, escludendosi, pertanto, pagamenti per contanti o compensazioni.

Le variazioni apportate alle micro-voci in rapporto al precedente progetto preliminare, rispecchiano pedissequamente le reali necessità finanziarie nella maniera più congrua ed effettiva per generare maggiori vantaggi funzionali all'intero palinsesto dell'evento.

RISULTATI ATTESI

1)	Stima dei flussi turistici movimentabili La stima dei flussi turistici è stata ricavata da due batterie di dati: la prima relativa alla serie storica 2010-2015 degli arrivi e presenze italiane, straniere e totali nella provincia di Salerno, ricavata su dati Istat, in quanto non se ne è rinvenuta altra rilevazione né da fonti istituzionali, né da fonti informative (tab. 1); la seconda relativa ai dati disaggregati per circoscrizioni turistiche della provincia di Salerno nell'anno 2009, che è l'ultimo anno di rilevazione disponibile, da cui si è proceduto a ricavare le percentuali di incidenza dei flussi turistici per area, rispetto al totale provinciale. Tale operazione è stata funzionale a ricavare i dati approssimativi degli arrivi e presenze italiane, straniere e totali per l'anno 2013, nell'area direttamente coinvolta dalla presente progettualità, che è quella compresa nella denominazione 'altri comuni Salerno' - in cui rientrano le località della costiera cilentana e dei comuni dell'area interna - onde consentire la comparazione delle stime ai dati della circoscrizione turistica di più immediata riferibilità.



Il Legale Rappresentante

		Considerati i numeri relativi ai flussi turistici del periodo 2010-2015, che, sebbene in progressivo decremento delle presenze rispetto alle annualità precedenti, vedono la circoscrizione "altri comuni Salerno" vantare gli arrivi e le presenze più cospicue dell'intera provincia di Salerno, sembra ipotizzabile stimare in almeno 2.000 arrivi , fra italiani e stranieri.
2)	Stima della durata della permanenza dei flussi turistici movimentabili	Sulla scorta delle precedenti considerazioni e tenendo la permanenza media dei flussi turistici su valori più bassi di quelli stimati all'anno 2013 (pari a 5,8 giorni, sicuramente in quanto comprensivi anche dei periodi di alta stagione), si ritiene stimabile in circa 4.000 le presenze con una permanenza media attivata dalle attività progettuali pari a 3 giorni , prevedendo gli eventi un'articolazione temporale di quattro giorni. Pertanto la stima, ispirata a criteri massimamente prudenziali, sembra congrua.
3)	Metodologie di rilevazione del grado di soddisfazione dei turisti	E' oramai diffusa la consapevolezza che per migliorare la competitività di un sistema turistico, e al fine di selezionare efficaci strategie di marketing (posizionamento della <i>destination</i>, azioni di comunicazione, promozione etc.), è di assoluta priorità l'"ascolto del cliente", delle sue motivazioni e delle sue aspettative. Su tale considerazione nel percorso di realizzazione del progetto "Montecorice diWine Jazz Festival" si terrà in conto sia della conoscenza del profilo socio-demografico del turista/visitatore che ha fruito dei servizi attivati da e intorno all'evento, e delle principali componenti del processo di acquisto e di consumo, sia, in particolare, al monitoraggio e al miglioramento costante della <i>tourist satisfaction</i> nei confronti del sistema di offerta locale e del relativo prodotto turistico Le valutazioni attraverseranno tutte le fasi del processo di fruizione del prodotto turistico - dai comportamenti pre-visita alle attitudini postvisita - e il livello di soddisfazione dei turisti sarà monitorato rispetto al sistema di offerta complessivo del territorio e alle sue specifiche componenti. In particolare, il primo obiettivo risponderà alla consapevolezza (ormai maturata negli operatori di marketing) circa l'opportunità di focalizzare l'attenzione sull'intero processo decisionale dei clienti piuttosto che sulla sola decisione d'acquisto e fare ricorso all'indispensabile processo di segmentazione del mercato. In accordo con la letteratura di marketing, si procederà a scomporre il processo decisionale in sei stadi (percezione del bisogno, ricerca delle informazioni, valutazione delle alternative, decisione e acquisto, utilizzo del prodotto, valutazione e attitudini post-acquisto), per



Il Legale Rappresentante

	ciascuno dei quali andranno valutati i principali profili di scelta e comportamento dei turisti dell'area e identificate le più significative implicazioni per le decisioni e le azioni di <i>destination management</i>. Per quanto riguarda il secondo obiettivo, come è oramai noto, la soddisfazione è unanimemente considerata il miglior indicatore, di tipo qualitativo, dello stato di salute del settore turistico che, come è noto, risulta di difficile valutazione in termini quantitativi. La soddisfazione, anche per il turismo, così come per gli altri settori di attività, è inoltre direttamente legata alla fedeltà dei "clienti" e, dunque, alle fonti del vantaggio competitivo. per la rilevazione del grado di soddisfazione, sullo studio delle preferenze dei turisti condotto con interviste effettuate a campioni della popolazione turistica, attraverso la somministrazione di un questionario, che avverrà o presso le strutture ricettive o presso gli infopoints presenti nelle varie locations dell'evento (con la previsione di un gadget per incentivare la partecipazione all'indagine), e per la cui modalità il metodo di contatto prescelto sarà quello dell'autocompilazione assistita. Sarà sperimentata quella che gli esperti definiscono la strategia del "marketing del ricordo",
	per cui commenti e giudizi sull'iniziativa saranno stimolati, raccolti, messi in mostra e valorizzati attraverso la presenza nei social media, per ascoltare, dialogare, condividere e gestire il "ricordo" dell'esperienza vissuta, in considerazione del fatto che oggi nel ciclo di vita di programmazione, realizzazione e fruizione di un evento la fase del ricordo è quella più trascurata. • Trasformare, quindi, i servizi e i prodotti in racconti; • Far entrare le persone nelle loro storie; • Costruire trame, più che servizi; • Fare vivere (non far visitare) il territorio; • Mettere in scena esperienze memorabilia; L'obiettivo principale è creare, al ritorno da una vacanza, attraverso il ricordo un attaccamento ai luoghi visitati permettendo che si generi un legame che è stato definito di "residenzialità affettiva". Supportare la "residenzialità affettiva" attraverso una opportuna comunicazione o l'utilizzo di strumenti mirati può fare sentire il turista una volta rientrato a casa, come una componente importante del territorio dove ha soggiornato, un residente temporaneo. Pertanto, dandone notizia durante l'evento, attraverso l'uso del sito, di community, blog e pagine dedicate



Il Legale Rappresentante

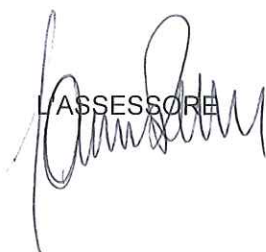
		si incentiverà - anche con la previsione di vacanze premio - la "restituzione" del dato emozionale al fine di: • tenere vive le relazioni con gli ospiti anche dopo il soggiorno • incentivare il ritorno • stimolare gli ospiti a diventare partner e testimonial attivi.
--	--	---

F	IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI	
1)	Quantificazione e stima degli impatti attesi	La valutazione è un passaggio importantissimo del ciclo di vita del nostro progetto culturale, in quanto consente la verifica del raggiungimento degli obiettivi, che, per essere validi, dovranno rispondere allo "smart test", e pertanto, possedere i seguenti requisiti: S - SPECIFIC (SPECIFICO) M - MEASURABLE (MISURABILE) A - ACHIEVABLE (RAGGIUNGIBILE) R - REALISTIC (REALISTICO) T - TIMETABLE (PIANIFICATO NEI TEMPI) A ciascun obiettivo è, pertanto, abbinato un set di indicatori che ne consenta la "misurazione" del grado di raggiungimento. Oltre all'indicatore della realizzazione dell'evento, che rispecchia quello dell'obiettivo operativo del bando, la cui stima, pertanto, è pari a 1, e a quelli di risultato dei corrispondenti obiettivi specifici rappresentati dal set a. variazione del numero di visitatori nei siti beneficiari di interventi di restauro, conservazione, riqualificazione dei beni culturali b. giornate di presenza (italiani e stranieri) nel complesso degli esercizi ricettivi per abitante c. incremento dei visitatori d. variazione del grado di soddisfazione dei turisti e che - stimati, in questa sede, in una percentuale almeno del 10% rispetto al valore atteso - saranno, poi, rilevati attraverso i dati del Sistema Informatizzato Regionale (a), dell'Istat (b, c) o con questionari di customer satisfaction predisposti dall'organizzazione e somministrati durante gli eventi negli info points e nelle strutture ricettive.



Il Legale Rappresentante

Letto, approvato e sottoscritto.

L'ASSESSORE


IL SINDACO
(avv. Pierpaolo Piccirilli)


IL SEGRETARIO COMUNALE
(dr.ssa Annamaria Merola)



Prot. n° 3271

il 14 GIU. 2017

Della su estesa deliberazione viene iniziata oggi la pubblicazione all'Albo Pretorio *on line* di questo Comune, accessibile al pubblico (art. 32, comma 1, della Legge 18 giugno 2009, n. 69) per rimanervi quindici giorni consecutivi.

Dalla Residenza Municipale 14 GIU. 2017

IL SEGRETARIO COMUNALE
(dr.ssa Annamaria Merola)



Il sottoscritto Segretario Comunale, visti gli atti di ufficio,

ATTESTA

che la presente deliberazione è immediatamente eseguibile.

Dalla Residenza Municipale il 14 GIU. 2017

IL SEGRETARIO COMUNALE
(dr.ssa Annamaria Merola)



